

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Sesuai rumusan masalah serta tujuan penelitian yang telah dilakukan, sehingga dapat disimpulkan:

1. Variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Richeese Factory Majalengka. Hal ini didukung juga dengan hasil jawaban responden yang didominasi dengan jawaban setuju, artinya responden setuju bahwa kualitas produk dapat menarik pelanggan guna melakukan keputusan pembelian khususnya pada tampilan dan inovasi produk. Disimpulkan kualitas produk pada Richeese Factory Majalengka baik, dan konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian Richeese Factory Majalengka.
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Richeese Factory Majalengka. Hal ini didukung juga dengan hasil jawaban responden yang didominasi dengan jawaban setuju, artinya responden setuju bahwa kualitas pelayanan dapat menarik pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian khususnya pada jaminan memberikan pelayanan dan bukti fisik memberikan fasilitas yang baik dan nyaman. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Richeese Factory Majalengka baik, dan konsumen tertarik untuk memutuskan membeli Richeese Factory Majalengka.
3. Variabel persepsi harga (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Richeese Factory Majalengka. Dibuktikan dari hasil jawaban

responden yang didominasi dengan jawaban setuju, artinya responden setuju bahwa persepsi harga dapat menarik pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian khususnya indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi harga pada Richeese Factory Majalengka baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga, konsumen tertarik memutuskan membeli Richeese Factory Majalengka.

4. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian di Richeese Factory Majalengka. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga pada Richeese Factory Majalengka sudah memberikan kemasan yang menarik, pelayanan yang ramah, fasilitas yang nyaman dan harga yang ditawarkan setara dengan kualitas produk yang diinginkan. Oleh karena itu, Kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh pada keputusan pembelian di Richeese Factory Majalengka.

## **B. Saran**

Berikut saran-saran yang penulis uraikan yakni:

### **1. Bagi Perusahaan**

Pada penelitian ini terdapat indikator yang memiliki nilai rata-rata yang rendah yaitu pada indikator pembelian ulang. Untuk meningkatkan kinerja perusahaan maka disarankan agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan untuk meningkatkan pembelian ulang.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil *Adjusted R-square* pada penelitian ini yakni keputusan pembelian di Richeese Factory Majalengka dipengaruhi kualitas produk, kualitas pelayanan serta persepsi harga sebesar 40.8% sedangkan sisanya 59.2% adalah variabel lain bukan termasuk pada penelitian ini. maka, perlu dicari faktor lain yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Dan dapat menggunakan penelitian ini pada objek yang berbeda yang lebih variatif.

PERPUSTAKAAN  
JENDERAL ACHMAD  
YOGYAKARTA  
UNIVERSITAS